

La creciente importancia de los servicios en prácticamente todos los países del mundo se refleja en la mayor contribución de este sector a la producción, el empleo y la inversión extranjera directa (IED). Por ejemplo, en las economías en desarrollo, los servicios representaron el 55% de la producción en 2015 y el 44% de los puestos de trabajo en 2016 (Mashayekhi *et al.*, 2017). El comercio de servicios también está creciendo y, entre 2005 y 2016, la participación de los servicios en las exportaciones totales aumentó del 24% al 28% en las economías desarrolladas y del 14% al 17% en las economías en desarrollo. Si bien las economías desarrolladas han sido los principales proveedores de servicios, las economías en desarrollo han sido más dinámicas en sus ventas (Mashayekhi *et al.*, 2017). Las principales categorías de exportación de servicios fueron viajes con el 24,0%; otros servicios con 22,3% y transporte con 17,6% (United Nations, 2020). La categoría «otros servicios» incluye los servicios empresariales intensivos en conocimiento (KIBS). Estos se caracterizan por una alta proporción de mano de obra experta en sus fuerzas de trabajo (muchos graduados, muchos trabajadores profesionales, que realizan trabajos altamente calificados y, a menudo, bien remunerados), hacen un uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación y, principalmente, brindan servicios de alto valor a otras empresas y al sector público. Por lo tanto, en las últimas dos décadas, los KIBS han sido uno de los segmentos más dinámicos dentro del sector servicios, no solo en las economías desarrolladas sino también en las economías en desarrollo (Crespi *et al.*, 2018; Rubalcaba *et al.*, 2018; Seclen- Luna y Moya-Fernández, 2020).

Los KIBS, entonces, son empresas que brindan insumos intensivos en conocimiento a los procesos empresariales de otras organizaciones (Miles, 2005). En la economía regional y nacional, los KIBS han jugado un papel central en la innovación, como portadores, productores y mediadores de conocimiento en los sistemas de innovación (Hsieh *et al.*, 2015; Cooke y Leydesdorff, 2006; Den Hertog, 2000). Sin embargo, los KIBS también juegan un papel muy importante en el proceso de internacionalización de sus clientes (Braga *et al.*, 2017; Doloreux y Laperriere, 2014; Di María *et al.*, 2012); el acceso al conocimiento que ofrecen las KIBS puede tener un impacto crítico en la internacionalización de las empresas (Kamp y Ruiz de Apodaca, 2017; Shearmur *et al.*, 2015).

Las exportaciones mundiales de servicios digitales, muchos de ellos KIBS, han crecido más rápido que las exportaciones totales de servicios, del 45% al 52% del total en el período de 2005 a 2019 (UNCTAD, 2022). A menudo se requieren nuevas fuentes de información y conocimiento para que las empresas compitan y crezcan en mercados de los que tienen poco o ningún conocimiento previo. Las empresas necesitan desarrollar una sólida base de conocimientos para competir con éxito a través de las fronteras, donde pueden enfrentar dificultades en los mercados extranjeros (Fletcher *et al.*, 2013). La internacionalización de los clientes puede ser un motor para que los KIBS también amplíen sus operaciones, brindando información adecuada a los clientes y aprovechando sus nuevos conocimientos para expandirse a los nuevos mercados (Roberts, 2000). Este número especial se centra en el importante papel que juegan los KIBS en la internacionalización de las empresas, así como en sus procesos de innovación, con el objetivo de ampliar el conocimiento en este emergente campo de investigación. Presenta investigación tanto cuantitativa como cualitativa, y se basa en material empírico del País Vasco y otras regiones españolas, así como de América Latina.

En el primer artículo, **Arantza Zubiaurre, Kristina Zabala y Eduardo Sisti** proponen explorar si la demanda de KIBS está creciendo en el sector manufacturero y, si la creciente internacionalización de los KIBS es el resultado de la internacionalización del sector manufacturero. Las diferencias en estas relaciones también pueden ser evidentes en varias categorías de KIBS. Los autores centran el análisis en dos regiones de España altamente industriales y con presencia de KIBS: País Vasco y Cataluña. Utilizando la metodología Input-Output, estos autores examinan la evolución de la demanda de KIBS y su apertura a los mercados internacionales. Los autores sugieren que puede haber un círculo virtuoso de «innovación-internacionalización» y que las diferentes políticas implementadas en cada una de estas regiones jugaron un papel importante en la creación de estas tendencias.

El segundo artículo, escrito por **Ciara O'Higgins, Inmaculada Freije, Alberto de la Calle y Antonio Martínez**, describe las dificultades que atraviesan los C-KIBS (KIBS creativos) para internacionalizarse. Los autores consideran que el marco teórico imperante en el campo del marketing internacional es inadecuado cuando se aplica a los C-KIBS con sus orientaciones hacia el conocimiento cultural y creativo. Su análisis del proyecto llevado a cabo durante 2019 y 2020 en el País Vasco, indica que muchas de las C-KIBS no adoptan el enfoque tradicional de dirigirse a uno o varios mercados geográficos; en cambio, se enfocan en «clientes de nicho» sin importar su ubicación geográfica. Los C-KIBS afrontaron barreras para la internacionalización como el acceso limitado a la información, para ayudarlos en la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado y la falta de capacidades organizacionales y de negociación. Ello sugiere que los hacedores de políticas deberían apoyar a los C-KIBS en la construcción de su capital relacional, tanto en los mercados locales como internacionales.

El tercer artículo, de **Alfredo Eusebio Payá**, se centra en los sistemas intensivos de conocimientos culturales y creativos, donde las industrias culturales y creativas (CCI) y los C-KIBS se intersectan. El autor examina cinco empresas C-KIBS europeas diferentes, identificando los diversos servicios que producen y los problemas comunes a los que se enfrentan. En general, Europa muestra una tendencia hacia la concentración geográfica y la polarización de costes y beneficios, tanto en la economía cultural y creativa como en la economía digital. La política y la estrategia deberán tener en cuenta las diferencias regionales y las especificidades de las bases de conocimientos (incluida su formación, sus ideas rectoras y sus trayectorias) al financiar proyectos de este tipo.

Miren Estensoro, Mikel Albizu, Asier Murciego y Carla Peletier centran la atención en los factores que determinan la ubicación de los KIBS en el País Vasco. Con información oficial del Directorio de Actividades Económicas, Estadísticas de Educación Municipal y Censo de los años 2009 y 2019, los autores realizan un análisis cuantitativo no paramétrico y lo complementan con un análisis visual. Los resultados sugieren que la concentración de KIBS, a través de la existencia de parques tecnológicos, facilita las ventajas de la aglomeración ligadas a la especialización. Existen diferencias importantes entre los patrones de localización de diferentes tipos de KIBS. Los C-KIBS están fuertemente ubicados en entornos urbanos o grandes ciudades, mientras que los P-KIBS (KIBS profesionales) existen tanto en entornos urbanos como no urbanos y los T-KIBS (KIBS tecnológicos) tienden a ubicarse más cerca de la actividad manufacturera y pueden prosperar más fácilmente en entornos no urbanos. La gobernanza multinivel, incluidos los entornos urbanos, es necesaria para estrategias que reconozcan el papel de los KIBS en la «especialización inteligente» de los territorios.

El quinto artículo, escrito por **Aimar Basañez, Jon Barrutia y Arturo Rodríguez**, demuestra que las funciones de servicios realizadas por KIBS no son exclusivas de dichas empresas. Las empresas KIBS pueden ser especialistas en estos servicios, pero hay otro tipo de empresas manufactureras que también brindan servicios avanzados. Las competencias básicas de estos fabricantes son, por supuesto, las requeridas para producir bienes; pero, además, pueden desplegar sus capacidades tecnológicas para otras funciones. Los autores realizan un estudio cualitativo de casos múltiples de trece empresas manufactureras internacionalizadas ubicadas en el País Vasco. La experiencia técnica de estas empresas se basa en su conocimiento acumulado en usos, modificaciones y adaptaciones de tecnologías existentes (a la escala de su empresa). Gracias a su capacidad tecnológica, estos fabricantes pueden innovar a través de servicios avanzados, posibilitando la transferencia de conocimiento en los sistemas productivos y de innovación (regional) en los que se ubican. Todo lo anterior plantea nuevos desafíos para los hacedores de políticas a la hora de diseñar políticas dirigidas a promover servicios avanzados, ya que no solo deben enfocarse en las empresas KIBS, sino también en todas las organizaciones que brindan funciones tipo KIBS.

El artículo escrito por **Francisco Callado, Marta Fernández y Natalia Utrero** aborda el impacto de las actividades de deslocalización de servicios de I+D en el resultado innovador (innovación de producto y proceso) de las empresas KIBS y no KIBS. Utilizando información del Panel de Innovación Tecnológica (PITEC), que incluye tanto empresas de servicios como manufactureras, permite identificar sus resultados de innovación y la importación de servicios tecnológicos. Los resultados de dicho estudio sugieren que la actividad de deslocalización es una importante fuente de innovación para todas las empresas. La transferencia de conocimiento que genera la actividad de deslocalización puede ser de utilidad para el desarrollo de nuevos productos y procesos en las empresas españolas. Sin embargo, esta relación varía entre submuestras: la relación parece ser más fuerte para las empresas manufactureras que para los KIBS. Sobre esta base, los autores concluyen que los KIBS podrían ser menos efectivos para transformar los servicios de I+D transferidos desde el extranjero en sus procesos de innovación.

El séptimo artículo, de **Jean Pierre Seclen y Pablo Moya**, considera hasta qué punto los KIBS en países en vías de desarrollo como Perú, llevan a cabo actividades de internacionalización. Para ello, los autores utilizan las respuestas de los gerentes a preguntas sobre el aumento esperado de la participación del mercado interno de sus empresas y las expectativas de crecimiento en los mercados externos. También analizan los factores que inciden positivamente en las expectativas de apertura de KIBS al mercado exterior. Los KIBS peruanos están más orientados a su mercado interno. Sin embargo, la apertura de sus operaciones al mercado exterior está influenciada por tres factores: la innovación no tecnológica (organizacional y de marketing) que realiza su empresa; el nivel de educación de sus trabajadores (educación superior); y sus relaciones con los clientes. Estos tres factores pueden considerarse impulsores de la internacionalización de los KIBS y, en particular, el tamaño, la antigüedad y el tipo de KIBS no influyen en estas relaciones. El desafío para el formulador de políticas es diseñar políticas duales: unas que apoyen la promoción de la innovación KIBS y otras que faciliten su inserción en las cadenas de suministro tanto locales como globales. Una mano de obra altamente calificada puede ser una característica intrínseca de todas estas políticas.

El octavo artículo, escrito por **René Castro, Valentina Schmitt y Elizabeth Aylas**, también aborda los factores que influyen en la internacionalización de los KIBS. Los autores obtienen una muestra de 674 KIBS a partir de la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) de Perú. Los resultados muestran que las capacidades digitales (compras en línea y uso de software para órdenes de compra) y las innovaciones implementadas por KIBS en función de su base de conocimiento, son factores que pueden explicar el desempeño exportador de los KIBS. Los P-KIBS y C-KIBS presentan relaciones positivas entre la innovación (de producto y organizacional) y el rendimiento de exportación, en mayor medida que los T-KIBS. Por lo tanto, estos dos factores son impulsores de la internacionalización de los KIBS peruanos, en par-

ticular, para las exportaciones indirectas. Los autores sugieren que las intervenciones políticas no deberían centrarse solo en promover la innovación de los KIBS; sino también, considerar el potencial de exportación de los KIBS y su papel en el impulso del ecosistema digital y de innovación local.

El noveno y último artículo, de **Dimária Silva e Meirelles** y **José Geraldo de Araújo Guimarães**, tiene como objetivo identificar el potencial para la internacionalización de T-KIBS (actividades de servicio con contenido de conocimiento tecnológico) en Brasil. Los autores proponen un modelo que refleja el proceso de servicio e identifican las barreras de entrada a los servicios y su uso de tecnologías digitales. Los resultados muestran que, aunque ha habido un crecimiento en las exportaciones de Brasil de algunos T-KIBS, ha sido muy pequeño en comparación con los líderes mundiales. Existe un amplio margen de mejora en el desarrollo de las condiciones necesarias para el crecimiento de las exportaciones de este tipo de servicios.

Este número especial involucra el esfuerzo colectivo de los editores, revisores y autores (a quienes estamos muy agradecidos), para ampliar la discusión y aumentar nuestra comprensión de los KIBS. El objetivo ha sido examinar los propios procesos de innovación e internacionalización de KIBS, el papel que los KIBS tienen en dichos procesos de sus clientes, y considerar no solo al mundo industrializado, sino también en el contexto de las economías emergentes. Esperamos que estas contribuciones inspiren una mayor atención a los temas considerados, las implicaciones para futuras investigaciones que se plantean y los desafíos que pueden presentarse para los responsables de la formulación de políticas a medida que ingresamos en tiempos turbulentos en los que se puede convocar a los KIBS para hacer frente a muchos nuevos problemas empresariales.

Además de los artículos ya mencionados, esta edición de *Ekonomiaz* se completa con dos trabajos incluidos en el apartado de *Otras Colaboraciones*.

Óscar García Vaquerizo, **Javier Corral**, **Noemí Peña** y **Ainhoa Saitua** abordan un tema cada vez de mayor relevancia, el de la responsabilidad social de las empresas, en concreto, en el ámbito medioambiental. Los autores analizan y miden las prácticas divulgativas de empresas significativas de cuatro sectores de la economía (Energía, Industria, Textil y Consumo) en lo relativo a las cuestiones medioambientales recogidas en los Estados de Información No Financiera (EINF) que están obligados a presentar. El trabajo concluye que, aunque el grado de divulgación medio puede considerarse como bueno, existen diferencias entre las empresas analizadas. La identificación de las empresas y sectores con mejores prácticas pretende servir de guía y apoyo a otras empresas en la elaboración de sus EINF.

Por último, **Lucía Gorjón**, **Kristina Kallage** y **David Martínez de Lafuente** analizan los datos de la Encuesta de Inserción Laboral de Alumnos y Alumnas de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) para tratar de averiguar de qué manera las

diferentes trayectorias formativas entre hombres y mujeres determinan las brechas laborales de género entre las y los jóvenes graduados vascos. Los resultados muestran que las disparidades de género no se articulan mediante una peor inserción en el mercado de trabajo, sino por unas peores condiciones laborales (trabajos de un menor número de horas y niveles salariales más bajos).

REFERENCIAS

- BRAGA, A.; MARQUES, C.S.; SERRASQUEIRO, Z. (2017): «KIBS' key dimensions: a qualitative study on innovation, knowledge, networks, location and internationalisation», *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 32(3): 364-385.
- COOKE, P.; LEYDESDORFF, L. (2006): «Regional Development in the Knowledge-Based Economy: The Construction of Advantage», *Journal of Technology Transfer*, 31: 5-15.
- CRESPI, G.; KATZ, J.; OLIVARI, J. (2018): «Innovation, natural resource-based activities and growth in emerging economies: the formation and role of knowledge-intensive service firms», *Innovation and Development*, 8(1): 79-101.
- DEN HERTOOG, P. (2000): «Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation», *International Journal of Innovation Management*, 4(4): 491-528.
- DI MARIA, E.; BETTIOL, M.; DE MARCHI, V.; GRANDINETTI, R. (2012): «Developing and managing distant markets: The case of KIBS», *Economía Política: Journal of Analytical and Institutional Economics*, 29(3): 361-79.
- DOLOREUX, D.; LAPERRIERE, A. (2014): «Internationalisation and innovation in the knowledge-intensive business services», *Service Business*, 8(4): 635-657.
- FLETCHER, M.; HARRIS, S.; RICHEY, R.G., JR (2013): «Internationalization knowledge: What, why, where, and when?», *Journal of International Marketing*, 21(3): 47-71.
- HSIEH, H-N.; CHEN, C-M.; WANG, J-Y.; HU, T-S. (2015): «Knowledge-Intensive Business Services as Knowledge Intermediaries in Industrial Regions: A Comparison of the Hsinchu and Tainan Metropolitan Areas», *European Planning Studies*, 23(11): 2253-2274.
- KAMP, B.; RUIZ DE APODACA, I. (2017): «Are KIBS beneficial to international business performance: Evidence from the Basque Country», *Competitiveness Review*, 27(1): 80-95.
- MASHAYEKHY, M.; ITO, T.; ANTUNES, B.; KIDANE, M. (2017): «The role of the services economy and trade in structural transformation and inclusive development and sustainable development goals», en Mashayekhy, M. & Antunes B. (Eds). *Services and Structural Transformation for Development*. United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, (pp. 2-10). New York: USA.
- MILES, I. (2005): «Knowledge intensive business services: Prospects and policies», *Foresight*, 7(6): 39-63.
- PINA K.; TETHER B.S. (2016): «Towards understanding variety in knowledge intensive business services by distinguishing their knowledge bases», *Research Policy*, 45(2): 401-413.
- ROBERTS, J. (2000): «The internationalization of knowledge intensive service firms», en Andersen, B.; Howells, J.; Hull, R.; Miles, I.; Roberts, J. (Eds.) *Knowledge and Innovation in the New Service Economy*, Edward Elgar, 159-177, Cheltenham, Northampton.
- RODRÍGUEZ, M.; CAMACHO, J.A. (2010): «Are knowledge-intensive business services so «hard» innovators? Some insights using Spanish microdata», *Journal of Innovation Economics*, 5: 41-65.

- RUBALCABA, L.; LAGUNES, H.; REYNOSO, J. (2018): «Service innovation in developing economies», in F. Gallouj and Djellal, F. (Eds). *A Research Agenda for Service Innovation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, pp. 68-84.
- SECLÉN-LUNA, J.P.; MOYA-FERNÁNDEZ, P. (2020): «Exploring the relationship between KIBS collocation and the innovativeness of the manufacturing firms in Latin America», *Journal of Regional Research*, 48(3): 69-84.
- SHEARMUR, R.; DOLOREUX, D.; LAPERRIÈRE, A. (2015): «Is the degree of internationalization associated with the use of knowledge intensive services or with innovation?», *International Business Review*, 24(3): 457-465.
- STRAMBACH, S. (2008): «Knowledge-Intensive Business Services (KIBS) as drivers of multilevel knowledge dynamics», *International Journal of Services Technology and Management*, 10(2/3/4): 152-174.
- UNCTAD (2022): «Digitalisation of services: What does it imply to trade and development?», United Nations Conference on Trade and Development. Geneva: Switzerland.
- UNITED NATIONS (2020): «2019 International Trade Statistics Yearbook», New York: USA.